



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Percepción de los usuarios de la calidad de servicio en el Centro de
Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad sede
Bolívar-2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Guzmán Pretel, Alan Franklin

ASESORES:

Mg. Aguilar Aragón, Nancy Deifilia

Mg. Ugarrisa Gross, Gustavo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERU

2017

Página de jurado

Mg. Aguilar Aragón, Nancy Deifilia
Presidente

Mg. Díaz Mazabel, Susana
Secretaria

Mg. Quiroz Veliz, Luis Henrique
Vocal

Dedicatoria.

La presente tesis dedico de manera especial a mi madre la Sra. Carmen Rosa Pretel León, quien ha sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos, oportunidad y recursos para lograrlo. Me he realizado como persona gracias a mi madre, por ella me forje con valores, principios, carácter, empeño, perseverancia, y con mi coraje para lograr mis objetivos.

A mis hermanos Luis y Karla quienes han estado siempre allí brindándome su apoyo día a día en el transcurso de cada año en mi carrera universitaria.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo al compartir conmigo buenos y malos momentos.

Agradecimiento

Primeramente doy gracias a Dios por darme la salud que tengo, y por permitirme tener una buena experiencia dentro de mi universidad.

A mi madre por construir una base fuerte en mí y estar apoyándome incondicionalmente.

A la Universidad César Vallejo en especial a la Facultad de Ciencias Empresariales por permitir convertirme en un profesional, competente y productivo para mi país, y así de esta manera incentivar y continuar el legado de triunfadores.

A mis asesores metodólogo y especialista: Mg. Nancy Aguilar Aragón y Mg. Gustavo, Ugarrisa Gross; que con su carisma, exigencia, conocimientos brindados y ayuda hicieron posible esta investigación.

Gracias de manera general a mis amigos, que durante toda esta etapa universitaria estuvieron allí apoyándome permitiendo compartir buenos momentos. Gracias totales.

Declaración de autenticidad

Yo, Alan Franklin Guzmán Pretel con DNI N° 45519088, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que se acompaña es veraz y auténtica.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 13 de Julio del 2017



Alan Franklin Guzmán Pretel

DNI. 45519088

Presentación

Señores miembros del jurado; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis Titulada Percepción de los usuarios de la Calidad de Servicio en el Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – Sede Bolívar 2017, con la finalidad de determinar el nivel de percepción de calidad de servicio por los usuarios que acuden a dicha entidad y cuyo aspecto es de mucho cuidado que deberían tener las instituciones tanto públicas como privadas, la misma que someto a vuestra consideración esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El Autor.

INDICÉ

Página de jurado.....	ii
Dedicatoria.	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad.....	¡Error! Marcador no definido.
Presentación	vi
Resumen.....	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Trabajos previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.3.1 Calidad de servicio.	17
1.3.2 Calidad de Servicio en la Administración Pública.	18
1.3.3 Eficiencia y la efectividad en el servicio.	19
1.3.3 Perspectivas de la calidad de servicio.	20
1.3.5 El servicio.	20
1.3.6 Componentes de la calidad en el servicio.	22
1.3.7 La calidad del servicio en la visión de la empresa.	23
1.3.8 La Misión y la Calidad de Servicio	24
1.3.9 Satisfacción.....	24
1.4. Formulación del Problema.....	27
1.5. Justificación del Estudio.....	27
1.6. Hipótesis.....	28
1.7. Objetivos.....	28
1.7.1 General.....	28
1.7.2 Objetivos específicos	28
II. MÉTODO	31
2.1. Diseño de investigación	31
2.1.1 Según el fin que se persigue:	31
2.1.2 Según la técnica de contrastación:	31
2.1.3 Según el régimen de la Investigación:.....	31
2.2. Variables y Operacionalización de variables.....	31

2.2.1	Variable independiente: Calidad de servicio	31
2.3.	Población y muestra	33
2.3.1	Población	33
2.3.2	Muestra.	33
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	33
2.4.1	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	34
2.4.2	Validez.....	34
2.4.3	Confiabilidad.....	34
2.5.	Métodos de análisis de datos.	34
2.6.	Aspectos éticos	35
III.	RESULTADOS.....	37
3.1	Datos Generales.....	37
3.2	Descripción de cada dimensión según su variable.....	37
3.3	Contrastación de la hipótesis	41
IV.	DISCUSIÓN.....	43
V.	CONCLUSIONES	48
VI.	RECOMENDACIONES	51
VII.	REFERENCIAS	53
ANEXOS ¡Error! Marcador no definido.	

Resumen

El presente estudio de investigación tiene como objetivo determinar el nivel de calidad de servicio percibido por los usuarios del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017, el diseño de investigación se realizó a través de un diseño no experimental, pues no se modificó la variable calidad de servicio, el nivel de investigación es descriptivo, la población fue de 23902 usuarios arrojando una muestra de 378 usuarios aptos para el estudio. Se aplicó un cuestionario serqual el cual fue adecuado a la investigación y se midió mediante la escala de Likert, las encuestas se procesaron en Microsoft Excel pudiendo ser presentada la base de información mediante tablas estadísticas. Mediante los resultados se rechazó la hipótesis planteada demostrando que con una media de 2.57 y una desviación estándar de 1.22 la variable calidad de servicio se encuentra en un nivel regular de aceptación.

Palabras claves: Calidad de servicio, usuarios, sector público, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, garantía, empatía.

Abstract

The present research study aims to determine the level of quality of service perceived by users of the General Distribution Center of the Superior Court of Justice of La Libertad - Bolívar headquarters 2017, the research design was done through a non - Experimental, since the variable quality of service was not modified, the level of research is descriptive, the population was of 23902 users throwing a sample of 378 suitable users for the study. A search questionnaire was applied which was suitable for the investigation and was measured by the Likert scale, the surveys were processed in Microsoft Excel and the information base could be presented using statistical tables. The hypothesis was rejected by showing that with an average of 2.57 and a standard deviation of 1.22 the variable quality of service is at a regular level of acceptance.

Key words: Quality of service, users, public sector, tangibility, reliability, responsiveness, guarantee, empathy.

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Cuando hablamos de Calidad y servicio es oportuno hablar de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1993), quienes dan inicio a las teorías proponiendo un modelo de calidad de servicio denominándolo Servqual siendo desarrollado como consecuencia de la ausencia de información que trata específicamente la problemática relacionada con la medida de la calidad del servicio, atendiendo a las características particulares que representan los servicios frente a los productos.

Con el pasar del tiempo el término calidad se ha difundido a todos los ámbitos de las organizaciones públicas y privadas en donde es sumamente importante desarrollarlo en todo proceso, ya que la calidad se ha vuelto tan indispensable que se ha adoptado muchas formas de estandarización de la calidad, todo con el propósito de que las organizaciones puedan contar con certificaciones de calidad que los garanticen y avalen mejores resultados y así poder brindar al usuario una satisfacción potencial.

El Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad - sede Bolívar, presenta una problemática con respecto a la Calidad de Servicio que se le brinda al usuario que por múltiples razones concurre para realizar algún proceso legal; si bien es cierto el usuario busca que el servicio obtenido satisfaga sus necesidades dentro del marco legal y ético, pues esto no se refleja en dicha entidad ya que se conoce comentarios negativos acerca de la transparencia en cuanto a los procesos, así mismo, la lentitud con que se maneja el traslado de los documentos desde que ingresan por ventanilla hasta llegar a los diferentes juzgados y salas civiles (escritos, demandas, exhortos, oficios, medidas cautelares, etc.), la falta de personal debidamente capacitado en el manejo del trámite documentario, orientación al usuario, poca disposición voluntaria para responder cualquier inquietud que el usuario tenga, la atención déspota y mal humorada hacia el usuario que a diario asiste a realizar sus trámites según

procesos legales, además del poco compañerismo y escaso trabajo en equipo son algunos factores negativos en cuanto a la atención brindada.

En este trabajo lo que se busca es conocer el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios, y así de esta manera llegar a satisfacción total.

Dado a que en el sector público se prestan una gran cantidad de servicios con sus respectivas complejidades hacia la atención del usuario, se realiza este trabajo con una previa introducción de la calidad de servicio en un aspecto global, para luego adentrarnos en lo que hace al servicio específico que se presta en el Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad - sede Bolívar.

La problemática bajo estudio lo constituyen los servicios deficientes que ofrecen las entidades del sector público, en cuanto a la calidad y atención a los usuarios que concurren para ser atendidos ante alguna necesidad. La falta de un verdadero proceso de descentralización, la inexistencia de un plan de desarrollo de personal en las instituciones públicas, los recursos económicos insuficientes, así como la gestión burocrática y tradicional son factores en contra de una buena atención que se debería brindar al usuario.

1.2. Trabajos previos

Fernández, (2015) desarrollo la tesis titulada “Calidad en Atención a Usuarios de la Administración Publica” indica lo siguiente:

Que las dimensiones tangibilidad, comunicación y accesibilidad son las que indican una percepción positiva por parte de los afiliados, es decir que la apariencia de las instalaciones físicas, el horario de atención el tiempo de espera entre otros son los aspectos más resaltantes al momento de evaluar el servicio que se brinda en dicha área, por otro lado la dimensiones amabilidad, cortesía y capacidad de respuesta son las que presentan una mayor insatisfacción es decir que la disposición por parte de los empleados para atender de forma cordial, con respeto y consideración son los aspectos que presentan menos percepción. Con respecto a la dimensión confiabilidad pues afirma que los afiliados se encuentran totalmente satisfechos; finalmente si bien es cierto el afiliado se siente satisfecho siendo esta la principal expectativa es necesario reforzarlo en beneficio de los afiliados.

Gonzales, (2014) en su tesis titulada “Evaluación de la Calidad de Servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala serqual” indica lo siguiente:

Que el procedimiento diseñado para la evolución de la calidad percibida por parte de los usuarios en los servicios bancarios recibidos se garantiza la evaluación y mejora de la calidad de servicio a través de la escala serqual con un enfoque de gestión en procesos, por otro lado la evaluación de la calidad percibida evidenció que para las declaraciones del cuestionario serqual, las percepciones de los clientes no superaban sus expectativas y las brechas con menor índice de calidad se relacionaban con el tiempo de servicio. Finalmente se puede decir que la calidad de servicios bancarios desde la percepción de los clientes constituye una manera de conseguir la satisfacción de estos considerando que la calidad de servicio es antecedente de la satisfacción.

Zuleta, Clemenza & Araujo (2014) en su investigación titulada “Calidad de Servicio Percibida por los Usuarios de los programas de Postgrado en Gerencia de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales” indican lo siguiente:

Que los participantes de los programas de Postgrado en Gerencia de la División de Estudios para Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia, perciben que la calidad de servicio cubre mediamente sus expectativas en cuanto a los cinco componentes analizados (Tangibilidad, fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía) lo cual lleva determinar que se encuentran un poco insatisfechos. Por lo anterior hace suponer que la Institución ofrece un servicio de calidad aceptable; pero que los clientes esperan un mejor desempeño, logrando así de esta manera ajustarse a su altas exigencias, por otro lado Se hace necesario emprender acciones que estén dirigidas a mejorar la percepción de los participantes en cuanto a los atributos intangibles que presentaron valores negativos más altos, como la seguridad y la empatía. Así como fortalecer los elementos físicos y el ambiente de la organización, debido a que una percepción positiva de ellos puede tener un efecto sobre la imagen que los participantes se hagan del lugar. En este sentido, estos elementos pueden ser vistos como una forma de comunicación no verbal que confiere significado a la calidad percibida.

Jordán & Siccha, (2014) desarrollaron la tesis titulada “Medición del nivel de Calidad de Servicio mediante el modelo serqual, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, San Lorenzo, Trujillo- 2014” concluyen lo siguiente:

Que mediante la investigación realizada se logró identificar el nivel de calidad de servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro Crédito, siendo valorada por la mayoría de los socios como una empresa que brinda un servicio malo no alcanzando a satisfacer sus expectativas, por otro lado de las dimensiones evaluadas, la relevancia que otorgan los socios sobre las dimensiones, estuvo ligado al nivel de exigencia que tienen sobre estas dimensiones, en consecuencia los socios consideran en este orden la importancia de las dimensiones, tangibilidad, seguridad y capacidad de respuesta y como fortalezas puede tomarse la confiabilidad y empatía; cómo podemos ver según el orden de las dimensiones para los socios lo más importante es las instalaciones físicas, material adecuado entre otros

para lo cual no se a logrado satisfacer sus expectativas calificándolo como un servicio malo.

Álvarez, (2013) desarrollo su tesis titulada “La Gestión del Conocimiento para mejorar la Percepción de Calidad del Servicio de la Empresa el Pacifico Peruano Suiza de Seguros y Reasegurados S.A” concluye lo siguiente:

Se logró identificar deficiencias en tres de las cuatro herramientas que intervienen en la gestión del conocimiento por lo cual existe una mala gestión del conocimiento en la compañía aseguradora, ya que el conocimiento interactúa en las cuatro herramientas y al haber fallas en tres de estas el proceso del conocimiento se vuelve nula, por otro lado la calidad del servicio se determinó que los profesionales dejan su puesto de trabajo para realizar preguntas, ya que en el momento no tienen la información necesaria y valorada para generar excelencia en la calidad de servicio, por lo que se puede observar que la calidad de servicio es deficiente y esto se debe a un falta de información apreciada que los colaboradores deben tener como estrategia fundamental para sus ventajas competitivas.

Albuquerque, (2014) desarrollo su tesis titulada “El Sistema Logístico y su Efecto en la Calidad de Servicio de la Empresa García E.I.R.L” concluye lo siguiente:

La implementación de un plan de mejora con perfiles por competencias y evaluación de desempeño permitirá generar mayor compromiso y servicios de calidad por lo cual también es necesario capacitaciones en temas innovadores, con escala de incentivos económicos.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Calidad de servicio.

Definición. Según Gonzáles (2009) lo define como: “Un concepto complejo y problemático en el sentido de que los estudiosos y expertos no llegan a un acuerdo sobre su definición” (p.47).

Algunas definiciones expuestas por las teorías son las siguientes:

- ***La Calidad como atributo.***

Visto la calidad como un atributo se le puede definir como la característica que lo hace diferente a un producto del resto, la calidad es subjetiva y puede percibirse de distintas formas, quien define la calidad es el consumidor, usuario o cliente, no podemos afirmar que algo es de calidad mientras que el beneficiario perciba lo contrario.

La calidad del servicio público puede verse afectada por la serie de trámites engorrosos y burocráticos que se requieran en un proceso de servicio de atención, que independientemente del servicio que pueda brindar el personal de atención, el proceso largo con muchos tramites puede hacer que el usuario lo perciba como mala.

- ***Calidad como conformidad con una especificación.***

Se puede decir que la calidad referida a la conformidad con una especificaciones el cumplimiento estricto de una serie de procesos, procedimientos preestablecidos en manuales de procesos, normas de desarrollo, así como también políticas que garanticen su cumplimiento.

Es un concepto que está ligado a la prevención de problemas, por ejemplo en una composición de un medicamento que si no se aplica la dosis correcta de cada ingrediente el producto podría tener reacciones adversas perjudicando la salud del consumidor.

- ***Calidad como adecuación a un objetivo.***

Está definida por el nivel de adecuación del producto o servicio a los objetos de los ciudadanos que va dirigido.

Es importante recalcar que los servicios públicos deben estar enfocados a mejorar los servicios y que estos a su vez puedan satisfacer las necesidades de sus ciudadanos, en un contexto donde puedan adoptar una postura de responsabilidad y compromiso con la sociedad.

- ***Calidad como la capacidad de satisfacer las necesidades declaradas o implícitas.***

Este enfoque ha sido aceptado por la Organización Europea para el Control de la Calidad y, la Sociedad Americana de Control de la Calidad que ha sido muy aplicado en el sector público al explicar en una definición externa de necesidades ante la tradicional que define las carencias realizadas por los empleados públicos.

- ***Calidad como satisfacción de las expectativas del consumidor.***

Bajo esta perspectiva se puede apreciar que es “válido hablar de calidad en los casos en las que el producto o servicio ofrecido haya satisfecho e incluso sobre pasado las expectativas del consumidor”.

1.3.2 Calidad de Servicio en la Administración Pública.

Según Gonzales (2009) la administración pública “ha sido criticada en su fase como prestadora de servicios” (p.76).

En diferentes estudios sobre el tema los ciudadanos expresan su malestar afirmando que son burocráticas, lentas, ineficaces y que carecen de transparencia, al tiempo las organizaciones públicas se están encontrando con problemas importantes para servir a los intereses colectivos en una sociedad compleja y fragmentada como la actual. A ello se suma que, en la sociedad actual las tendencias económicas centran el éxito en el marketing y la competencia en calidad de los productos, reforzándose los valores de individualización y segmentación en la recepción de productos y de selección amplia entre opciones diversas, creando con ello, tensiones sobre el sector público novedosas.

1.3.3 Eficiencia y la efectividad en el servicio.

La mayoría de los gerentes piensan que el servicio al cliente consiste en montar un departamento, oficina o lugar donde se reciben quejas o reclamos de nuestros compradores usuarios.

Para determinar la excelencia en una organización es necesario considerar dos factores importantes; la eficiencia y la eficacia, que a su vez usadas adecuadamente y combinadas generan la efectividad.

Eficiencia en el servicio.

- Mejor uso de los recursos.
- Realizar las cosas adecuadamente.
- visión interna clara.
- Desempeño adecuado en lo que se sabe.

Efectividad en el servicio.

- cumplir los objetivos
- adecuarse a la misión
- aplicar estrategias para alcanzar resultados
- visión externa clara
- capacidad de adaptación a los cambios

El trabajar con eficiencia y efectividad significa utilizar de manera adecuada los recursos, tecnología, insumo, etc.

Trabajar responsablemente y asumir como propios los objetivos de la organización no significa ser ingenuo; significa comprender que mientras se forme parte de la empresa su misión, visión y ambiente de trabajo representan una buena oportunidad para alcanzar nuestros objetivos personales, y satisfacer necesidades laborales y sociales básicas.

El cliente no siempre tiene la razón, pues muchas veces ellos tratan de aprovecharse de la situación para sacar ventaja de la transacción, y eso debe quedarle claro al comprador o cliente.

1.3.4 Perspectivas de la calidad de servicio.

La calidad hace referencia a varios significados.

David Garvín identifica cinco perspectivas sobre la calidad:

1. **La perspectiva trascendental**, la calidad es sinónimo de excelencia innata: aplicación de estándares increblantables y alto desempeño con ello sostiene que la gente percibe mejor la calidad con la repetitividad de las veces.
2. **Basado en el producto**, Se puede decir que la calidad se puede medir con precisión y que las deficiencias en la calidad son a falta de algún componente, ingrediente en el proceso o en el producto.
3. **Basadas en el usuario**, su enfoque reside en el usuario quien define lo que es o no calidad ante sus ojos. Esas definiciones equiparan la calidad con la satisfacción máxima.
4. **Basado en la manufactura**, se fundamenta en la oferta y está relacionada con los procesos de manufactura en el proceso de fabricación del bien o servicio, y que dependerá en gran medida de la aplicación de estándares que garanticen su calidad.
5. **Las definiciones basadas en el valor**, se puede relacionar a la calidad como los términos de valor y precio. La calidad está definiéndose como “excelencia costeable” cuando aporta un valor agregado para el cliente.

1.3.5 El servicio.

De (STPS, Conceptos Básicos) se puede extraer lo siguiente “El servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre si y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios”.

De lo anterior se puede argumentar que el servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte oferta a la otra; son intangibles y no son

entregables en físico, una de las características importantes es que siempre se produce y se consume, el servicio no se puede almacenar.

Los servicios cuentan con las siguientes particularidades:

- *Intangible*: Difícil de percibir con los sentidos.
- *Inseparable*: No puede separarse el servicio del que lo adquiere mientras lo consume, por ejemplo un masaje, un viaje, entre otros.
- *Variabilidad*: Va a depender de quien lo brinda, el espacio, el lugar y las propias condiciones de su experiencia en el rubro.
- *Carácter Perecedero*: Es poco durable por lo tanto jamás se puede almacenar.
- *Ausencia de Propiedad*: Se paga por el servicio mientras lo consumes pero más no por el producto con el que se brinda, ejemplo un servicio de taxi, se paga por el transporte.

Los servicios se pueden clasificar en.

- *Genéricos*: Son los servicios indispensables para vivir, o también llamados los servicios primarios como: ropa, alimentos, vivienda, descanso, limpieza, transporte, etc.
- *Básicos*: Servicios poco significativos que no van a tener grandes repercusiones, que buscan los consumidores, por ejemplo cuando una persona solicita el servicio de taxi a domicilio que bien puede hacerlo en transporte público.
- *Aumentados*: Es el valor agregado, el plus que lo hace diferente al servicio, aquí también se puede considerar el servicio post venta

- *Servicios Globales*: Hace referencia a la aglomeración de los servicios o también a los que hacen representaciones a nivel globo, tal es el caso del servicio de internet.
- *Servicios Potenciales*: Servicios que se encuentran dentro de la imaginación del que lo da o del que lo ofrece, es un futuro esperado.

Según los autores Evans y Lindsay (1998) indican que: “La calidad del servicio destaca la importancia del cliente, que aunque no tenga la razón debe ser considerado como la razón de ser de la empresa para satisfacer sus necesidades”.

1.3.6 Elementos de la calidad en el servicio.

- **Fiabilidad**: Se manifiesta por convicción propia de la percepción por el servicio recibido que brinda resultados positivos que hayan satisfecho las necesidades esperadas, así como también por recomendación de un tercero.
- **Accesibilidad**: Los servicios deben ser accesibles tanto en espacio de tiempo como en espacio geográfico, para que el cliente pueda beneficiarse sin mayores esfuerzos que le generen sobre costos o le resten voluntad por adquirirlos.
- **Respuesta**: Se entiende por respuesta a la disponibilidad oportuna, rapidez en la entrega de un bien o servicio, resaltando la eficiencia en la atención, ya que los clientes son cada vez más exigentes.
- **Seguridad**: Cuando la percepción de los servicios entregados garantizan que no se corre riesgos al momento de usarlos, descartando cualquier duda sobre la prestación.

- **Empatía:** El Perú es el segundo país más empático del mundo seguido de Ecuador, lo que nos da una posición relativamente importante al momento de referirse a la empatía, este componente que consiste en la facilidad para ponerse en el lugar del otro aplicado adecuadamente en el servicio de atención nos brinda buenos resultados.
- **Tangibles:** Toda organización que busca la calidad deberá contar con buena infraestructura y equipamiento que garantice que el servicio sea lo mejor posible, en un ambiente agradable donde los empleados estén identificados y bien presentados cumpliendo con los reglamentos de la empresa.

Finalmente se puede concluir resaltando lo importante que es identificar como perciben los clientes la calidad en el servicio brindado para de esta manera poner énfasis en cuanto a la atención que realizan a diario identificando los posibles problemas entre el empleado y el cliente dependiendo las circunstancias y el ambiente en que estos se encuentren.

Según Herrera, (2010), señala que: “La razón de ser en una entidad es el usuario”, para ello se unen fuerzas en la prestación de un servicio óptimo mediante una relación interpersonal exitosa definiendo la calidad de servicio como: “el proceso de cambio que compromete a toda la organización alrededor de valores, actitudes y comportamientos en favor de los clientes del negocio.

1.3.7 La calidad del servicio en la visión de la empresa.

Según los autores Llorens & fuentes (2000) indican que: “El tema de calidad no sólo se refiere a un producto, también se refiere a un servicio, sólo que la calidad en este caso es intangible” (p.36).

Cada experiencia personal que tienen los empleados representando a la empresa es única debido a la interacción diaria que tiene con los usuarios resaltando de esta manera la importancia que le ponen al servicio que brindan ya que en ellos recae la responsabilidad de la imagen de la institución a la cual pertenecen.

Según los autores Berry, Bennett & Brown (1999) indican que: “Un servicio de calidad no es solamente ajustarse a las especificaciones, sino más bien ajustarse a las expectativas del cliente” (p.55). Por lo tanto las entidades que brindan servicio y que se equivocan con los usuarios independientemente de lo rápido que se realicen no están brindando un servicio de calidad.

1.3.8 La Misión y la Calidad de Servicio

La institución debe tener su misión bien definida. La calidad de servicio es fundamental para determinar la misión ya que aporta un valor dentro de las características del servicio ofrecido.

La misión que la organización tenga debe ser compartida y aceptada por todos los miembros de la misma, por ejemplo, si la misión es ofrecer un servicio de calidad, cualesquiera sean sus características, todos deben conocer el servicio y el concepto de calidad que se aplica en el mismo.

Si en la misión no se establece la prioridad de la calidad en el servicio todos los procedimientos por alcanzarla resultarán inútiles y el futuro siempre desbordará a la organización.

La definición de la misión es la más poderosa herramienta de gestión que una organización puede tener. Primero se define la misión de tener calidad en el servicio y sólo después se puede planificar la forma de alcanzarla.

En la misión está compuesta por pilares sobre las cuales se funda la empresa, por lo tanto la calidad de servicio debe mencionarse detalladamente en la misión. (Pérez, 2008)

1.3.9 Satisfacción

Según Petracci (1998) en su libro “Medición de la Calidad y la Satisfacción del Ciudadano – Usuario de Servicios Públicos Privatizados” nos habla sobre el Programa “Carta Compromiso con el Ciudadano” indicando lo siguiente:

Existe en el establecimiento una comunicación directa y especial con el ciudadano, en su carácter de consumidor/usuario de servicios públicos,

servicios públicos privatizados, beneficiario de asistencia social y otro tipo de servicios brindados por el Estado. En la Carta se detalla clara y concisamente qué puede ofrecer cada institución con los recursos de los que dispone de modo que el usuario sepa que puede esperar y, por otra parte, cuáles son los derechos (a ser escuchados, respetados, a recibir una respuesta) y las garantías que debe exigir.

Entre los principios rectores del Programa se encuentra la clara definición de pautas para que el ciudadano conozca todo aquello que puede esperar del Estado: la necesidad de desarrollar estándares, monitorearlos rigurosamente y difundir los resultados mediante documentos de difusión pública (Carta Compromiso).

La noción de calidad es central. Dicho concepto forma parte de la administración de la calidad total y está asociado a la orientación al ciudadano – usuario de los servicios. La satisfacción del cliente es una preocupación creciente entre las organizaciones ya que, cada vez más, los ciudadanos – usuarios exigen que los servicios satisfagan – y aún excedan – sus expectativas. Su medición y la formación de estándares han dado tregua a un intercambio de ideas en el plano de la recolección y en el análisis de la información.

1.3.10 Modelo serqual

Propuesto por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1993), el modelo Servqual fue desarrollado como consecuencia de la ausencia de información que trata específicamente la problemática relacionada con la medida de la calidad del servicio, atendiendo a las características particulares que representan los servicios frente a los productos.

Se define al modelo SERVQUAL como “una escala multidimensional para capturar las percepciones y las expectativas del cliente sobre la calidad en el servicio”.

El modelo SERVQUAL define la calidad del servicio como la percepción real por parte de los usuarios y la expectativa que estas esperan de la misma.

Fortalezas del SERVQUAL

El SERVQUAL proporciona la información detallada sobre Opiniones del cliente sobre el servicio (una medición de comparación con la competencia establecida por sus propios clientes).

- Niveles de desempeño según lo percibido por los clientes.
- Comentarios y sugerencias del cliente.
- Impresiones de empleados con respecto a la expectativa y nivel de satisfacción de los clientes.

Supuestos del SERVQUAL

Los resultados de las encuestas de mercados son exactos. La validez del modelo se basa en los resultados de estudios empíricos. Las necesidades del cliente pueden ser documentadas y capturadas y siguen siendo estables durante el proceso completo.

Evaluación de la percepción de calidad de servicio

Se solicita a los usuarios responder un cuestionario que indica sus percepciones específicas respecto al servicio brindado por la entidad en estudio. El instrumento utilizado en esta fase del estudio es un cuestionario que contiene 15 ítems que fueron adecuadas de acuerdo a la investigación que se realizó.

1.4. Formulación del Problema

¿Cuál es la percepción del usuario de la Calidad de Servicio en el Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017?

1.5. Justificación del Estudio

Siguiendo los criterios establecidos por (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), la presente investigación se justifica de la siguiente manera (pp. 40-41):

- a) **Conveniencia:** La presente investigación será de utilidad para el Centro de Distribución General de la Corte superior de Justicia de La Libertad, ya que el presente estudio ayudará a determinar la calidad de servicio que se brinda en dicha entidad detallando en que se necesita mejorar y de qué manera podría mejorarse.
- b) **Relevancia social:** Con los conocimientos adquiridos en la presente investigación se contribuirá a mejorar de manera eficiente el servicio a los usuarios que acuden a dicha entidad de tal manera que la Institución tenga una imagen positiva generando en los usuarios de esta manera confianza y seguridad al momento de brindarle los servicios para sus procesos legales.
- c) **Implicaciones prácticas:** Con la presente investigación podremos ayudar a resolver el problema de la desconfianza con la que el usuario llega a la institución, teniendo un concepto negativo de la atención que recibirán en el Centro de Distribución General la cual presenta problemas al momento de atender llegando el usuario a sentir desconfianza.
- d) **Valor Teórico:** El aporte de éste estudio servirá como antecedente, el cual le permita al investigador desarrollar o apoyar en la teoría que se necesita

para las investigaciones futuras sobre la percepción de la calidad de servicio.

- e) **Utilidad Metodológica:** Con la presente investigación se busca servir como herramienta para crear un nuevo instrumento en el análisis de datos respectivo a la investigación brindando soluciones en cuanto a la calidad de servicio lo cual es de suma importancia para el Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad sede Bolívar- 2017.

1.6.Hipótesis

La percepción de la calidad de servicio de los usuarios que acuden al Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad es buena.

1.7.Objetivos

1.7.1 General

Determinar el nivel de la calidad de servicio percibido por los usuarios del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017.

1.7.2 Objetivos específicos

- ✓ Analizar la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017.
- ✓ Analizar la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017.
- ✓ Analizar la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de la Libertad – sede Bolívar 2017.

- ✓ Analizar la dimensión garantía de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de la Libertad – sede Bolívar 2017.
- ✓ Analizar la dimensión empatía de la Calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de justicia de la Libertad – sede Bolívar 2017.

MÉTODO

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La investigación fue de tipo No experimental pues no se modificó la variable calidad de servicio en la cual se observan fenómenos tal y como suceden en su contexto real y es de corte transversal porque se realizó en un tiempo determinado.

2.1.1 Según el fin que se persigue:

- **Aplicada.** Porque de los resultados obtenidos de la investigación se podrá corregir las deficiencias percibidas por los usuarios en la Institución.

2.1.2 Según la técnica de contrastación:

- **Descriptiva.** Porque da a conocer las realidad de un espacio o lugar identificando sus costumbres y actitudes que los identifican como tal en un tiempo y/o momento dado.

2.1.3 Según el régimen de la Investigación:

- **Libre,** porque la investigación se determinó según el interés del investigador.

2.2. Variables y Operacionalización de variables

2.2.1 Variable independiente: Calidad de servicio

Tabla 2.1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones		Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Según Herrera P (2010), señala que: "La razón de ser en una entidad es el usuario", para ello se unen fuerzas en la prestación de un servicio óptimo mediante una relación interpersonal exitosa definiendo la calidad de servicio como: "el proceso de cambio que compromete a toda la organización alrededor de valores, actitudes y comportamientos en favor de los clientes del negocio (p144).	Dicha variable se midió utilizando el cuestionario SERVQUAL, el cual fue adaptado a la investigación que se aplicó a los usuarios. Parasuraman, Zeithaml & Berry (1993)	Tangibilidad	✓	Equipamiento	Ordinal
				✓	Instalaciones físicas	
				✓	Material adecuado	
			Fiabilidad	✓	Cumplir con promesas	
				✓	servicio adecuado.	
			Capacidad de respuesta	✓	Ayudar a los usuarios.	
				✓	Ofrecerles un servicio rápido.	
				✓	Nunca están ocupados para responder preguntas.	
			Garantía	✓	Inspira confianza al usuario.	
				✓	Competencia y profesionalismo	
				✓	Posee conocimiento necesario para contestar preguntas.	
			Empatía	✓	Horarios adecuados para los usuarios.	
				✓	Amabilidad	
				✓	Atención personalizada	
				✓	Interés por actuar del modo más conveniente.	

Nota: La tabla se realizó guiándome de los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) quienes establecieron el método Serqual el cual fue adaptado para la presente investigación.

2.3. Población y muestra

2.3.1 Población

El presente trabajo de investigación se realizó en el Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar y la población sujeto a estudio fueron los usuarios que acudieron a realizar algún tipo de trámite en el (C.D.G).

Según el encargado del área de estadística e informática de la Corte Superior de Justicia de La Libertad en el año (2016), se registraron un promedio de 23902 usuarios entre hombres mujeres con algún proceso penal.

Población = 23902 Usuarios.

2.3.2 Muestra.

Se va a utilizar siguiente muestra:

$$n = \frac{N \cdot Z^2(P)(Q)}{(N - 1)(e)^2 + (Z)^2(P)(Q)}$$
$$n = \frac{23902(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(23902 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 378$$

Datos:

N= 23902 usuarios.

$Z^2 = (1.96)^2$

P= 0.5

Q= 0.5

$E^2 = (0.05)^2$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica e instrumento que se utilizó para el trabajo de investigación se menciona en la siguiente tabla:

Tabla 2.2

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Variable	Técnica	Instrumento
Calidad de Servicio	Encuesta	Cuestionario adaptado del método serqual; Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

Nota: Los instrumentos fueron adaptados a la realidad problemática; la técnica de la encuesta permitirá conocer mediante cuestionarios en qué nivel de satisfacción se encuentran actualmente los usuarios del servicio.

2.4.2 Validez.

Los instrumentos fueron validados por:

Mg. Ugarriza Gross, Gustavo

Mg. Maguiña Rivero, Omar

Mg. Rodriguez Rong, Patricia

2.4.3 Confiabilidad.

Se aplicó Alfa de Cronbach donde un 0.83 representa el resultado obtenido.

2.5. Métodos de análisis de datos.

Para el análisis cuantitativo se utilizó tablas estadísticas de los datos obtenido mediante la encuesta, así mismo se tabularon estos resultados utilizando el programa Microsoft Excel, y así de esta manera se determinó la percepción de los usuarios de la Calidad de Servicio en el Centro de Distribución General de la corte Superior de Justicia de La Libertad - sede Bolivar-2017

2.6.Aspectos éticos

El presente estudio se rige bajo normas de ética del estudiante quien lo realizó sin plagiar ni falsear ningún tipo de datos en el presente estudio demostrando ética profesional, valores así como también principios.

RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1 Datos Generales

La corte superior de justicia de la libertad es un Órgano jurisdiccional del Poder Judicial encargado de Administrar Justicia en el distrito judicial de La Libertad, a nombre de la Nación y a través de las Salas, Juzgados Especializados y de Paz Letrado. El Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar, es el área donde se recepciona todos los expedientes en procesos de litigio los cuales son trasladados a los diferentes juzgados y salas civiles al día siguiente de su recepción. Dicha área es fundamental para el desarrollo transparente de los diferentes procesos ya que en ellos recae la responsabilidad de la recepción, distribución, verificación y foliado del expediente; es por ello que se realizó esta investigación aplicando una encuesta para determinar el nivel de percepción de la calidad de servicio por parte de los usuarios consiguiendo datos reales y significativos referentes a su opinión mediante la vivencia que han tenido en dicha Institución.

3.2 Descripción de cada dimensión según su variable

3.2.1 Descripción de Tangibilidad según la variable calidad de servicio.

Tabla 3.1

Resultados estadísticos de la dimensión tangibilidad

DIMENSIÓN	ÍTEMS	MEDIA (PROM.)	DESV. ESTAND.	NIVEL
TANGIBILIDAD	La apariencia de los equipos es moderna.	2.30	1.09	Mala
	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	2.25	1.20	Mala
	Cuenta con material adecuado para la atención al usuario.	2.39	1.15	Mala
TOTAL		2.31	1.15	Mala

Nota: En la tabla N° 3.1, de acuerdo a los resultados obtenidos, se puede apreciar que, la dimensión Tangibilidad, con una media de 2.31 y una desviación estándar de 1.15 se encuentra en un nivel bajo de aceptación por parte de los encuestados.

3.2.2 Descripción de fiabilidad según la variable calidad de servicio

Tabla 3.2

Resultados estadísticos de la dimensión fiabilidad

DIMENSIÓN	ÍTEMS	MEDIA (PROM.)	DESV. ESTAND.	NIVEL
FIABILIDAD	El empleado cumple sus promesas respetando la fecha establecida.	2.45	1.27	Mala
	Se brinda un servicio adecuado.	2.58	1.28	Regular
TOTAL		2.52	1.28	Regular

Nota: En la tabla 3.2, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que la dimensión fiabilidad se ubica en un nivel regular de aceptación, con una media de 2.52 y una desviación estándar de 1.28 respectivamente.

3.2.3 Descripción de la capacidad de respuesta según la variable calidad de servicio

Tabla 3.3

Resultados estadísticos de la dimensión capacidad de respuesta

DIMENSIÓN	ÍTEMS	MEDIA (PROM.)	DESV. ESTAND.	NIVEL
CAPACIDAD DE RESPUESTA	El personal está dispuesto a ayudar a los usuarios.	2.37	1.30	MALA
	Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	2.73	1.22	REGULAR
	Los trabajadores están dispuestos a brindar información al usuario cuando lo necesita.	2.38	1.21	MALA
TOTAL		2.49	1.24	MALA

Nota: En la tabla 3.3, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que, la dimensión capacidad de respuesta es en nivel malo de aceptación, todo ello se justifica en una media de 2.49 y una desviación estándar de 1.24.

3.2.4 Descripción de garantía según la variable calidad de servicio

Tabla 3.4

Resultados estadísticos de la dimensión garantía

DIMENSIÓN	ÍTEMS	MEDIA (PROM.)	DESV. ESTAND.	NIVEL
GARANTÍA	El comportamiento del empleado le inspira confianza.	2.71	1.20	REGULAR
	El personal es competente y profesional, brindado una atención de calidad.	2.80	1.20	REGULAR
	El empleado demuestra estar capacitado para responder a sus dudas.	2.89	1.13	REGULAR
TOTAL		2.80	1.18	REGULAR

Nota: En la tabla 3.4 de acuerdo a los resultados obtenidos se afirma que la dimensión garantía, con una media de 2.80 y una desviación estándar de 1.18 se encuentra en un nivel regular de aceptación por parte de la población.

3.2.5 Descripción de empatía según la variable calidad de servicio

Tabla 3.5

Resultados estadísticos de la dimensión empatía

DIMENSIÓN	ÍTEMS	MEDIA (PROM.)	DESV. ESTAND.	NIVEL
EMPATÍA	El empleado demuestra amabilidad al momento de atender	2.52	1.29	REGULAR
	El personal se dirige al usuario por su nombre.	2.62	1.16	REGULAR
	El horario se adapta a las necesidades del usuario.	3.22	1.36	REGULAR
	El empleado entiende las necesidades específicas de los usuarios.	2.47	1.12	MALA
TOTAL		2.71	1.24	REGULAR

Nota: En la tabla 3.5, de acuerdo a los resultados obtenidos se muestra que la dimensión empatía, con una media de 2.71 y una desviación estándar de 1.24, se encuentra en un nivel regular de aceptación.

3.2.6 variable calidad de servicio

Tabla 3.6

Resultados estadísticos de la variable calidad de servicio

DIMENSIONES	ÍTEMES	MEDIA (PROM.)	DESV. ESTAND.	NIVEL
TANGIBILIDAD	La apariencia de los equipos es moderna.	2.30	1.09	MALA
	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	2.25	1.20	MALA
	Cuenta con material adecuado para la atención al usuario.	2.39	1.15	MALA
	TOTAL	2.31	1.15	MALA
FIABILIDAD	El empleado cumple sus promesas respetando la fecha establecida.	2.45	1.27	MALA
	Se brinda un servicio adecuado.	2.58	1.28	REGULAR
	TOTAL	2.52	1.28	REGULAR
CAPACIDAD DE RESPUESTA	El personal está dispuesto a ayudar a los usuarios.	2.37	1.30	MALA
	Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	2.73	1.22	REGULAR
	Los trabajadores están dispuestos a brindar información al usuario cuando lo necesita.	2.38	1.21	MALA
	TOTAL	2.49	1.24	MALA
GARANTÍA	El comportamiento del empleado le inspira confianza.	2.71	1.20	REGULAR
	El personal es competente y profesional, brindado una atención de calidad.	2.80	1.20	REGULAR
	El empleado demuestra estar capacitado para responder a sus dudas.	2.89	1.13	REGULAR
	TOTAL	2.80	1.18	REGULAR
EMPATÍA	El empleado demuestra amabilidad al momento de atender	2.52	1.29	REGULAR
	El personal se dirige al usuario por su nombre.	2.62	1.16	REGULAR
	El horario se adapta a las necesidades del usuario.	3.22	1.36	REGULAR
	El empleado entiende las necesidades específicas de los usuarios.	2.47	1.12	MALA
	TOTAL	2.71	1.24	REGULAR
PROMEDIO TOTAL CALIDAD DEL SERVICIO		2.57	1.22	REGULAR

Nota: Como podemos apreciar en la tabla 3.6, de acuerdo a los resultados obtenidos, la variable calidad del servicio; tomando en cuenta a sus cinco dimensiones, con un promedio total de la misma, se afirma que, con una media de 2.57 y una desviación estándar de 1.22, se encuentra en nivel regular de aceptación producto de la encuesta aplicada a la muestra de la entidad en estudio.

3.3 Contrastación de la hipótesis

De acuerdo al estudio realizado, habiendo recopilado la información requerida para la investigación, se afirma que con una media de 2.57 y una desviación estándar de 1.22, la variable calidad del servicio se encuentra en un nivel regular de aceptación.

Por lo tanto para la hipótesis formulada La percepción de la calidad de servicio de los usuarios que acuden al Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad es buena, pues se comprueba lo contrario, ya que se ubica en un nivel regular de aceptación; por consiguiente se rechaza la hipótesis planteada.

DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

Jordán & Siccha, (2014) desarrollaron la tesis titulada “Medición del nivel de Calidad de Servicio mediante el modelo serqual, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, San Lorenzo, Trujillo- 2014” concluyen lo siguiente: Que mediante la investigación realizada se logró identificar el nivel de calidad de servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro Crédito, siendo valorada por la mayoría de los socios como una empresa que brinda un servicio malo no alcanzando a satisfacer sus expectativas, por otro lado de las dimensiones evaluadas, la relevancia que otorgan los socios sobre las dimensiones, estuvo ligado al nivel de exigencia que tienen sobre estas dimensiones, en consecuencia los socios consideran en este orden la importancia de las dimensiones: tangibilidad, seguridad y capacidad de respuesta y como fortalezas puede tomarse la confiabilidad y empatía; cómo podemos ver según el orden de las dimensiones para los socios lo más importante es las instalaciones físicas, material adecuado entre otros para lo cual no se ha logrado satisfacer sus expectativas calificándolo como un servicio malo. De acuerdo con el primer objetivo de la investigación: “Analizar la dimensión tangibilidad de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede bolívar 2017”, se encuentra en un nivel de aceptación malo con una media de 2.31 y una desviación estándar de 1.15 esto debido a que las instalaciones físicas en dicha entidad no son totalmente atractivas pues carecen de poca iluminación, asimismo el personal no cuenta con el material adecuado para la atención hacia los usuarios, los equipos no son modernos.

Según Petracci (1998) en su libro “Medición de la Calidad y la Satisfacción del Ciudadano – Usuario de Servicios Públicos Privatizados” nos habla sobre el Programa “Carta Compromiso con el Ciudadano” indicando lo siguiente: Existe en el establecimiento una comunicación directa con el usuario, en su carácter de consumidor de servicios públicos, y otro tipo de servicios inculcados por el gobierno. En la Carta se indica precisamente qué puede ofrecer cada institución de modo que el usuario este orientado a saber, cuáles son sus derechos para poder exigir. De acuerdo con el segundo objetivo: “Analizar la dimensión fiabilidad

de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017” se encuentra en un nivel regular de aceptación con una media de 2.52 y una desviación estándar de 1.28, Catalogando de malo al criterio, si el empleado cumple sus promesas respetando la fecha establecida, afirmando que el servicio brindado es regular.

Álvarez, (2013) en su tesis titulada “La Gestión del Conocimiento para mejorar la Percepción de Calidad del Servicio de la Empresa el Pacífico Peruano Suiza de Seguros y Reasegurados S.A” concluye lo siguiente: Que se logró identificar deficiencias en tres de las cuatro herramientas que intervienen en la gestión del conocimiento por lo cual existe una mala gestión del conocimiento en la compañía aseguradora, ya que el conocimiento interactúa en las cuatro herramientas y al haber fallas en tres de estas el proceso del conocimiento se vuelve nula, por otro lado la calidad del servicio se determinó que los profesionales dejan su puesto de trabajo para realizar preguntas, ya que en el momento no tienen la información necesaria y valorada para generar excelencia en la calidad de servicio, por lo que se puede observar que la calidad de servicio es deficiente y esto se debe a una falta de información apreciada que los colaboradores deben tener como estrategia fundamental para sus ventajas competitivas. De acuerdo al tercer objetivo de la investigación: “Analizar la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de la Libertad – sede Bolívar 2017” y según González (2009) “La calidad como atributo” expresa que la calidad del servicio público puede verse afectada por la serie de trámites engorrosos y burocráticos que se requieran en un proceso de servicio de atención, que independientemente del servicio que pueda brindar el personal de atención, el proceso es largo con muchos trámites lo cual hace que el usuario lo perciba como mala. En el caso de la Institución en estudio se encuentra en un nivel malo de aceptación con una media de 2.49 y una desviación estándar de 1.24; esto debido a que el empleado no está capacitado para dar una respuesta rápida así como también no está dispuesto ayudar a los usuarios cuando estos sugieren alguna consulta por más simple que esta sea así mismo los servicios no funcionan con rapidez.

Según los autores Llorens y fuentes (2000) indican que: “El tema de calidad no sólo se refiere a un producto, también se refiere a un servicio, sólo que la calidad en este caso es intangible” así mismo cada experiencia personal que tienen los empleados representando a la empresa es única debido a la interacción diaria que tiene con los usuarios resaltando de esta manera la importancias que le ponen al servicio que brindan ya que en ellos recae la responsabilidad de la imagen de la institución a la cual pertenecen. De acuerdo con el cuarto objetivo: “Analizar la dimensión garantía de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de la Libertad – sede bolívar 2017” se encuentra en un nivel regular de aceptación con una media de 2.80 y una desviación estándar de 1.18, Afirmando que para los criterios, el comportamiento del empleado le inspira confianza, el personal es competente y profesional, brindado una atención de calidad, entre otras, estas son catalogadas de nivel regular de aceptación.

Según los autores Evans y Lindsay (1998) indican que: “La calidad del servicio destaca la importancia del cliente, que aunque no tenga la razón debe ser considerado como la razón de ser de la empresa para satisfacer sus necesidades”. De lo anterior se puede concluir resaltando lo importante que es identificar como perciben los clientes la calidad en el servicio brindado para de esta manera poner énfasis en cuanto a la atención que realizan a diario identificando los posibles problemas entre el empleado y el cliente dependiendo las circunstancias y el ambiente en que estos se encuentren. De acuerdo con el quinto objetivo: “Analizar la dimensión empatía de la calidad de servicio del Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017”, se encuentra en un nivel regular de aceptación con una media de 2.71 y una desviación estándar de 1.24, afirmando que para los criterios, el empleado demuestra amabilidad al momento de atender y el horario se adapta a las necesidades del usuario, están catalogados en un nivel regular de aceptación por parte de los encuestados. esto debido a que el empleado demuestra amabilidad al momento de atender, se dirige al usuario por su nombre, el horario

que brinda la entidad se adapta al usuario y finalmente el empleado no entiende las necesidades específicas del usuario.

Zuleta, Clemenza & Araujo (2014) en su tesis “Calidad de Servicio Percibida por los Usuarios de los programas de Postgrado en Gerencia de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales” indican lo siguiente: Que los participantes de los programas de Postgrado en Gerencia de la División de Estudios para Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia, perciben que la calidad de servicio cubre mediamente sus expectativas en cuanto a los cinco componentes analizados (Tangibilidad, fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía) lo cual lleva determinar que se encuentran un poco insatisfechos. Por lo anterior hace suponer que la Institución ofrece un servicio de calidad aceptable; pero que los clientes esperan un mejor desempeño, logrando así de esta manera ajustarse a su altas exigencias. De acuerdo al objetivo principal de la investigación: “Determinar el nivel de calidad de servicio percibido por los usuarios del Centro de distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad – sede Bolívar 2017”, se encuentra en un nivel regular de aceptación con una media de 2.57 y una desviación estándar de 1.22 argumentando que las dimensiones tangibilidad y capacidad de respuesta, cuentan con un nivel malo de aceptación; por otro lado, las dimensiones fiabilidad, garantía y empatía, presentan un nivel regular de aceptación por parte de los usuarios encuestados coincidiendo con los autores.

CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los resultados obtenidos producto de la investigación, se llegó analizar que, la dimensión tangibilidad, con una media de 2.31 y una desviación estándar de 1.15 se encuentra en un nivel bajo de aceptación por parte de los encuestados. Afirmando que, los valores bajos de aceptación corresponden a criterios como, la apariencia moderna de los equipos, las instalaciones físicas son visualmente atractivas, entre otras.
2. En tanto que, para la dimensión fiabilidad, se llegó analizar lo siguiente, ésta se ubica en un nivel regular de aceptación, con una media de 2.52 y una desviación estándar de 1.28 respectivamente. Catalogando de malo al criterio, si el empleado cumple sus promesas respetando la fecha establecida, afirmando que el servicio brindado es regular.
3. Por otra parte, para la dimensión capacidad de respuesta se llegó analizar que, esta se encuentra en un nivel malo de aceptación, todo ello se justifica en una media de 2.49 y una desviación estándar de 1.24. Afirmando que para los criterios, el personal está dispuesto a ayudar a los usuarios y los trabajadores están dispuestos a brindar información al usuario cuando lo necesita, son malos.
4. Para la dimensión garantía, se llegó analizar que, con una media de 2.80 y una desviación estándar de 1.18 se encuentra en un nivel regular de aceptación por parte de la población. Afirmando que para los criterios, el comportamiento del empleado le inspira confianza, el personal es competente y profesional, brindado una atención de calidad, entre otras, estas son catalogadas de nivel regular.
5. Así mismo, se llegó analizar que, para la dimensión empatía, con una media de 2.71 y una desviación estándar de 1.24, se encuentra en un nivel regular de aceptación. Afirmando que para los criterios, el

empleado demuestra amabilidad al momento de atender y el horario se adapta a las necesidades del usuario, están catalogados en un nivel regular de aceptación por parte de los encuestados.

6. De manera general, para la variable calidad del servicio; tomando en cuenta a sus cinco dimensiones, con un promedio total de la misma, se llegó a determinar que, con una media de 2.57 y una desviación estándar de 1.22, se encuentra en nivel regular de aceptación producto de la encuesta aplicada a la muestra de la entidad en estudio. Argumentando que las dimensiones tangibilidad y capacidad de respuesta, cuentan con un nivel malo de aceptación; por otro lado, las dimensiones fiabilidad, garantía y empatía, presentan un nivel regular de aceptación por parte de los usuarios encuestados.

RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

1. Implementar el Centro de Distribución General de la Corte Superior de Justicia de La Libertad sede Bolívar, ampliando el área adecuadamente ya que se muestra un espacio muy reducido y/o aglomerado, dificultando el desenvolvimiento adecuado de los empleados, convirtiéndolo en un lugar acogedor dónde se pueda esperar cómodamente para ser atendido.
2. Generar conciencia en los empleados enfatizando que su compromiso tanto con el usuario como con la Institución es primordial y de vital importancia, para ello deberá respetar fechas establecidas entregando la documentación Y/o solicitudes requeridas por el usuario.
3. Cultivar la comunicación entre el personal y su jefe directo generando confianza y bienestar entre ellos desarrollando un clima laboral agradable permitiendo atender adecuadamente al usuario.
4. Capacitar constantemente al personal dándole charlas sobre todo el proceso que tiene que seguir un expediente desde que el usuario lo ingresa por ventanilla hasta llegar a los juzgados y/o salas civiles, así de esta manera el personal estaría apto para contestar cualquier duda por sencilla que sea acerca del estado de su expediente.
5. Aplicar encuestas a los usuarios al menos semestralmente con la finalidad de determinar la satisfacción en cuanto a la calidad de servicio verificando si los empleados demuestran la amabilidad requerida al momento de atender corrigiendo de esta manera alguna debilidad que se presente.
6. Tomar en cuenta las dimensiones analizadas especialmente en las cuales se percibe notablemente una deficiencia en el servicio brindado en la Corte Superior de Justicia de La Libertad sede Bolívar, poniendo énfasis en la calidad de servicio que deberían brindar al usuario.

REFERENCIAS

VII. REFERENCIAS

- Álvarez, (2013) Tesis titulada *“La Gestión del Conocimiento para mejorar la Percepción de Calidad del Servicio de la Empresa el Pacífico Peruano Suiza de Seguros y Reasegurados S.A”*.
- Albuquerque, (2014) Tesis titulada *“El Sistema Logístico y su Efecto en la Calidad de Servicio de la Empresa García E.I.R.L”*.
- Berry, Bennett & Brown (1999) *calidad de servicio: Una ventaja estratégica para Instituciones Financieras*. ED 1, Ed. Díaz de Santos SA.
- Evans & Lindsay (1998) *Administración y control de calidad, 7ma edición Ed. Thomson, México*.
- Fernández, (2015) desarrollo la tesis titulada *“Calidad en Atención a Usuarios de la Administración Pública”*.
- Gonzales, (2009) *Documento sobre Gerencia Pública del sub Grupo A1, cuerpo superior, Especialidad de Administración General, La Mancha*.
- Gonzales, (2014) en su tesis titulada *“Evaluación de la Calidad de Servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala serqual”*.
- Jordán & Siccha, (2014) *desarrollaron la tesis titulada “Medición del nivel de Calidad de Servicio mediante el modelo serqual, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, San Lorenzo, Trujillo- 2014”*.
- Pérez (2008), *Gestión de la Calidad Empresarial*, 1º Edición, Madrid.
- Prieto J, (2010), *Gerencia del servicio*, 2da edición Eco ediciones, Bogotá.
- Petracci (1998), *Medición de la Calidad y la Satisfacción del Ciudadano – Usuario de Servicios Públicos Privatizados*, Buenos Aires.

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1993), *Calidad Total en la Gestión de los Servicios*, Ed. Díaz de Santos.

Reyes, (2014) Tesis titulada “*Calidad del Servicio para Aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share*, sede Huehuetenango”.

Secretaría del Trabajo y Previsión Social. *Conceptos Básicos para la Atención Ciudadana*, Recuperado de:
<http://capacitacionydesarrollo.stps.gob.mx:140/Materialdeapoyoparaingresostps/certificacionalesps/conceptosbasicos.pdf>. México.

Zuleta, Clemenza & Araujo (2014) en su investigación titulada “*Calidad de Servicio Percibida por los Usuarios de los programas de Postgrado en Gerencia de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*”.